

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya yaitu terkait analisis strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana (*funding*) di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dilakukan dengan menggunakan beberapa macam strategi antara lain : a) iklan, b) pemasaran langsung, c) pemasaran interaktif, d) promosi penjualan, e) hubungan masyarakat, f) penjualan personal. Dari ke enam strategi yang di pakai PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung terbukti dapat meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana (*funding*), jadi strategi yang mereka pilih dirasa cukup efektif.
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran terpadu meliputi kendala internal dan eksternal. Untuk kendala internal antara lain : a) kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia), b) minimnya inovasi

produk. Sedangkan untuk kendala eksternal yang mereka hadapi adalah: a) persaingan dari lembaga keuangan lain, b) bencana alam yang merugikan pihak bank.

3. Adapun beberapa solusi yang di miliki PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam menyikapi berbagai kendala untuk penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu antara lain: a) solusi dari kendala internal: 1) membuat program *recruitment* untuk menambah jumlah SDM, 2) memperluas target pemasaran untuk menjadi sasaran produk baru. b) solusi dari kendala eksternal antara lain: 1) memunculkan produk baru untuk mengimbangi lembaga keuangan lainnya, 2) memperbarui sistem operasional dengan menyesuaikan keadaan yang sedang terjadi.

B. Saran

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kedua belah pihak, dimana PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dapat terus mengevaluasi tiap-tipa setrategi pemasaran yang telah dipilih untuk menambah jumlah nasabah penghimpunan dana (*funding*). Dan terus tingkatkan pelayanan yang prima untuk calon nasabah baru maupun nasabah lama agar kualitas yang dimiliki PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung tetap baik dan tetap dipilih masyarakat sebagai salah satu tempat ternyaman untuk melakukan transaksi keuangan.

2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang bermanfaat bagi pihak akademik terkhusus bagi mahasiswa Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi Masyarakat

Dengan memepertimbangkan banyak hal masyarakat diharapkan lebih pandai dan bijak dalam memilih lembaga keuangan agar tidak terjadi ketidaktahuan berita terutama terkait kolapsnya lembaga keuangan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya, dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini menjadi lebih spesifik lagi terlebih dalam menganalisis sebuah permasalahan.